

ОБСЛУЖИВАНИЕ ПАССАЖИРОВ

КАЧЕСТВО ПЕРЕВОЗОК

Компания уделяет ключевое внимание мониторингу показателей удовлетворенности качеством предоставленных услуг посредством практики исследования мнений пассажиров.

Так, используя современный канал обратной связи – онлайн-опрос пассажиров на сайте www.opros.frc.ru, – Компания получает актуальные отзывы о поездке и оценку качества предоставляемых услуг в режиме реального времени, что позволяет оперативно реагировать на предложения и замечания пассажиров.

По итогам 2019 года количество респондентов, воспользовавшихся данным каналом связи, по сравнению с 2018 годом увеличилось почти в три раза и составило около 489 тыс. человек.

Оценка параметров качества предоставляемых услуг осуществляется по таким составляющим, как:

- процедура покупки билетов (сайт, мобильное приложение, касса);
- стоимость услуг;
- обслуживание в пути (уровень комфорта в поездке, в том числе в поездке с детьми, безопасность, техническое и санитарное состояние вагонов, работа проводников, постельные принадлежности, дорожный набор);
- услуги питания (питание, включенное в стоимость поездки, продукция, реализуемая проводниками, услуги вагона-ресторана);
- Программа лояльности «РЖД Бонус».

Оценка качества обслуживания пассажиров за 2019 год¹

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

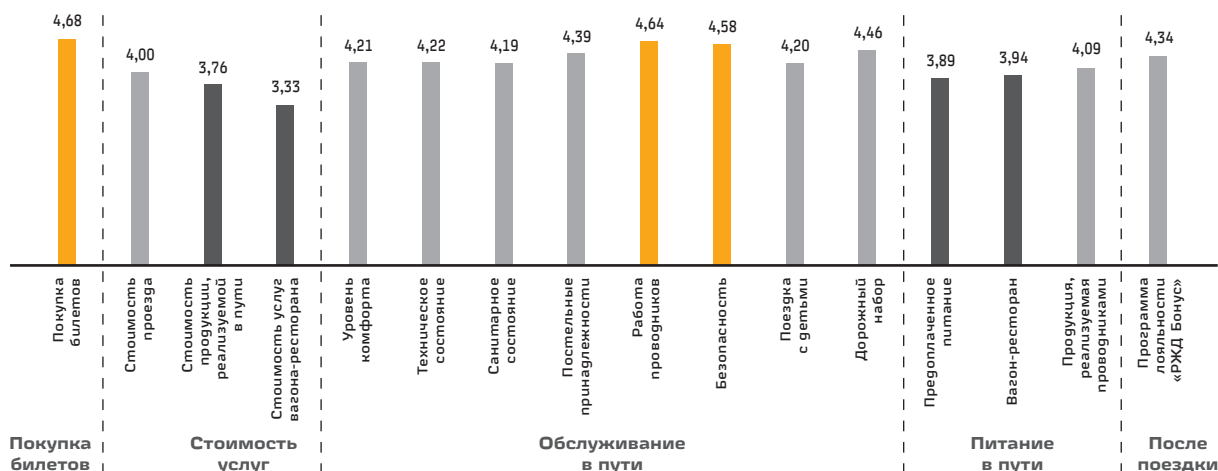


CSI² = 4,33 ▲ +0,11

КОЛИЧЕСТВО
РЕСПОНДЕНТОВ

488 775
человек

ОЦЕНКА ОСНОВНЫХ ПАРАМЕТРОВ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ



¹ Оценка производится по пятибалльной шкале, где 1 балл – очень плохо, а 5 баллов – отлично.

² Англ. Customer Satisfaction Index – индекс удовлетворенности клиентов.

По результатам мониторинга общая оценка качества услуг в 2019 году составила 4,33 балла (по пяти-балльной шкале), что на 0,11 балла выше по сравнению с 2018 годом.

На основании поступающих оценок и отзывов от пассажиров определяются проблемные зоны в обслуживании и категории предоставляемых услуг для дальнейшего совершенствования. Повышение качества в данных направлениях является залогом конкурентоспособности Компании и достигается за счет увеличения эффективности работы причастных подразделений: разрабатываются мероприятия по улучшению качества и расширению спектра предоставляемых услуг, внедряются инновации в обслуживании пассажиров в пунктах продажи проездных документов и поездах дальнего следования.

В целях определения уровня лояльности пассажиров к Компании и готовности рекомендовать ее услуги в 2019 году проведен мониторинг индекса NPS (англ. Net Promoter Score – индекс лояльности потребителей к товару/услуге или к компании).

По итогам исследования индекс NPS в 2019 году зафиксирован на уровне 43 (+1 к результату 2018 года). Количество респондентов составило порядка 32 тыс. человек.

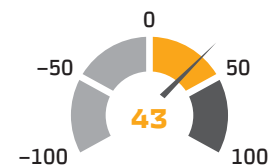
Индекс лояльности пассажиров¹

Удобство пользования услугами, комфорт поездки и доверие к компании – ключевые сильные стороны АО «ФПК», отмеченные пассажирами в ходе исследования.

Большинство пассажиров готовы рекомендовать услуги компании (высокая лояльность) – доля промоутеров более чем втрое выше доли критиков.

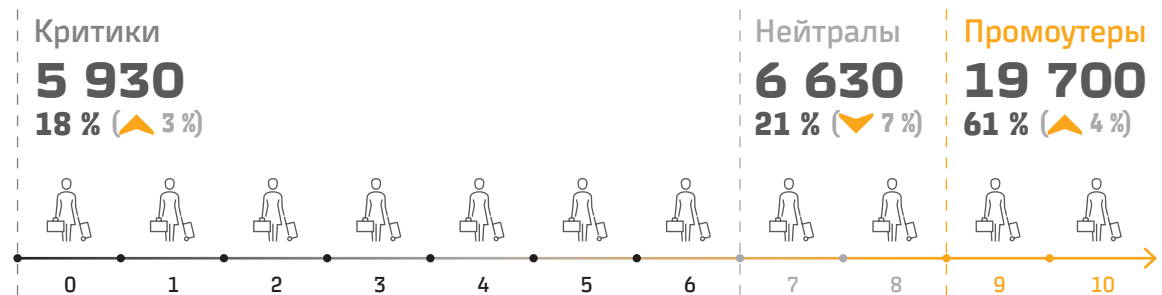
Для отслеживания динамики уровня лояльности и оценки эффективности мероприятий по повышению качества предоставляемых услуг практика измерения индекса будет продолжена.

В части основных мероприятий повышения лояльности пассажиров к Компании предусмотрены обновление подвижного состава, повышение качества обслуживания пассажиров, включая совершенствование стандартов обслуживания, формирование новых подходов к предоставлению услуг, ввод и развитие нового продуктового предложения – переход на новую продуктовую линейку.



NPS = 43

+1 К РЕЗУЛЬТАТУ 2018 ГОДА



КОЛИЧЕСТВО РЕСПОНДЕНТОВ

32 260

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Online-опрос

¹ NPS = доля промоутеров – доля критиков.